

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Dasar atau acuan yang bersumber dari penelitian sebelumnya merupakan hal yang sangat penting karena dapat membantu dalam pemecahan masalah yang akan peneliti lakukan. Dasar itu berupa penelitian terdahulu yang berupa skripsi yang pembahasannya hampir sama dengan tema yang peneliti ambil yaitu tentang implementasi CSR. Penelitian terdahulu dapat menjadikan referensi dalam pemikiran peneliti baik berupa teori kajian pustaka maupun dalam mencari buku yang menyangkut tentang CSR. Adapun penelitian terdahulu itu seperti dua penelitian yang peneliti gunakan seperti :

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Putri (2012) dengan judul “ Pengaruh Kegiatan *Corporate Sosial Resonsibility* Terhadap Citra Perusahaan (studi pada program beasiswa unggulan CIMB Niaga 2011)”. Penelitian ini mencoba mengungkapkan pengaruh suatu kegiatan CSR yaitu program beasiswa unggulan CIMB Niaga 2011 terhadap citra perusahaan, pelaku kegiatan CSR yaitu CIMB Niaga. Penelitian ini terbagi menjadi dua variabel yaitu variabel CSR dan variabel citra perusahaan. Sampel penelitian adalah seluruh peserta beasiswa unggulan CIMB Niaga. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan sifat eksplensif. Hasil penelitian menemukan bahwa kegiatan CSR berpengaruh secara signifikan terhadap citra perusahaan pelaku CSR.

Penelitian kedua yaitu skripsi yang dilakukan oleh Ujang Rusdianto (2010) dengan judul “ *public relations dan corporate sosial responsibility* (studi deskriptif kualitatif strategi komunikasi *public relation* PT. Newmont Nusa Tenggara dalam menjalankan CSR bidang Kesehatan untuk meningkatkan kesehatan masyarakat di desa Maluk tahun 2009)”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi *public relations* PT. Newmont Nusa Tenggara dalam menjalankan CSR bidang kesehatan untuk meningkatkan kesehatan masyarakat di desa Maluk tahun 2009. Selain itu, penelitian ini juga untuk mengetahui bagaimana tanggapan atau respon masyarakat di desa maluk terhadap program CSR bidang kesehatan PT Newmont Nusa Tenggara. Penelitian ini berbentuk deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk menggambarkan, memaparkan, menuturkan dan menganalisa data yang ada secara mendalam. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara dan dokumentasi. Berdasarkan hasil penelitian, diketahui strategi komunikasi yang dilakukan *public relations* PT Newmont Nusa Tenggara untuk merumuskan program CSR di bidang kesehatan, dilakukan dengan menggunakan pendekatan *participatory rural appraisal* (PRA). Caranya yaitu dengan melakukan perencanaan program tambang dan menggunakan pola pendekatan *multistakeholder*, seperti dengan melibatkan pihak puskesmas, kader – kader kesehatan, internasional SOS, dan elemen masyarakat. Kesimpulan dari penelitian ini adalah adanya respon positif dari masyarakat desa maluk, ditunjukkan dengan terpeliharanya hubungan komunitas yang baik. Perusahaan juga berupaya untuk menjaga sikap dan kontrol mereka terhadap masyarakat. Hampir dipastikan tidak ada masalah dalam lingkup kehidupan

bermasyarakat dan perusahaan sendiri. Dukungan dan empati masyarakat juga sangat besar, hal ini dapat dilihat dari antusias masyarakat dalam setiap kegiatan yang dilakukan perusahaan dan adanya komunikasi yang terjalin dengan baik antara masyarakat desa maluk dengan PT. Newmont Nusa Tenggara.

Penelitian di atas dengan penelitian yang penulis lakukan memiliki kesamaan yaitu sama – sama meneliti tentang *Corporate Social Responsibility* perbedaannya terletak pada fokus yang diambil, jika penelitian diatas fokus terhadap bagaimana menumbuhkan citra terhadap adanya sebuah perusahaan di mata masyarakat. Sedangkan penulis memiliki rumusan masalah yang berbeda yaitu penerapan *Community Development* yang dilakukan oleh PT Astra Internasional Tbk dalam mewujudkan Kampung Berseri Astra. Dari perbedaan dan persamaan dari hasil referensi yang sudah peneliti paparkan diharapkan mampu menganalisis lebih mendalam terhadap fokus masalah yang akan diteliti.

B. Konsep Implementasi

Implementasi adalah bermuara pada aktivitas, aksi, tindakan, atau adanya mekanisme suatu sistem. Implementasi bukan sekedar aktivitas, tetapi suatu kegiatan yang terencana dan untuk mencapai tujuan kegiatan (Usman, 2002:70).

Dari pengertian implementasi di atas dapat diketahui bahwa implementasi merupakan sebuah proses yang dilakukan untuk mencapai tujuan yang sudah direncanakan. PT Astra sudah merencanakan dan mengkaji sebuah program yang diberikan kepada warga Kampung Keputih berupa program CSR, guna mencapai tujuan

yang sudah direncanakan yaitu merubah Kampung Keputih menjadi Kampung Berseri Astra.

C. Implementasi Program CSR

1. Implementasi CSR

Pelaksanaan program CSR melibatkan beberapa pihak, yaitu perusahaan, pemerintah, lembaga swadaya masyarakat, perguruan tinggi, tokoh – tokoh masyarakat, serta calon penerima manfaat CSR. Oleh sebab itu, dalam implementasi program CSR diperlukan beberapa kondisi yang akan menjamin terlaksananya implementasi program CSR dengan baik.

Kondisi pertama, implementasi CSR memperoleh persetujuan dan dukungan dari para pihak yang terlibat. Sebagai contoh implementasi CSR harus memperoleh persetujuan dan dukungan dari manajemen puncak perusahaan sehingga pelaksanaan program CSR didukung sepenuhnya oleh sumber daya yang dimiliki perusahaan. Sumber daya tersebut meliputi sumber daya finansial dalam bentuk penyediaan anggaran untuk pelaksanaan CSR, maupun sumber daya manusia yakni para karyawan perusahaan yang diterjunkan perusahaan untuk melaksanakan program CSR.

Kondisi kedua yang harus diciptakan untuk menunjang keberhasilan implementasi program CSR adalah ditetapkannya pola hubungan di antara pihak – pihak yang terlibat secara jelas. Hal ini akan meningkatkan kualitas koordinasi pelaksanaan program CSR. Tanpa adanya pola hubungan yang jelas di antara berbagai pihak yang terlibat dalam pelaksanaan CSR, maka kemungkinan besar pelaksanaan

program CSR tersebut tidak akan berjalan secara optimal. Selain itu tanpa adanya pola hubungan yang jelas, maka kemungkinan program CSR tersebut untuk berlanjut akan berkurang.

Kondisi ketiga adalah adanya pengelolaan program yang baik. Pengelolaan program yang baik hanya dapat terwujud bila terdapat kejelasan tujuan program, terdapat kesepakatan mengenai strategi yang akan digunakan untuk mencapai tujuan program dari para pihak yang terlibat dalam pelaksanaan CSR. Perwujudan program tersebut juga memerlukan dukungan terhadap program yang tengah dijalankan dari pihak – pihak yang terlibat dan terdapat kejelasan mengenai durasi waktu pelaksanaan program serta siapa yang bertanggung jawab untuk memelihara kontinuitas pelaksanaan kegiatan (misalnya untuk aktivitas *community development* dalam bentuk pemberian fasilitas produksi kepada UKM) bila program CSR sudah berakhir (Solihin, 2009: 145).

Dalam implementasi program CSR tidak hanya perusahaan yang memberikan bantuan kepada masyarakat, tetapi masyarakat disini harus memiliki pola pikir yang mampu menerima perubahan yang diberikan. Seperti contohnya program CSR PT Astra yang ingin merubah Kampung Keputih menjadi Kampung Berseri Astra yang memiliki konsep lingkungan yang hijau dan bersih, maka peran ikut serta masyarakat dalam menciptakan perubahan sangat diperlukan untuk mendukung program yang diberikan dalam hal ini program CSR. Hubungan baik antara *stakeholders* baik itu masyarakat, perusahaan, maupun pemangku kepentingan lainnya akan menjadi faktor pendukung terlaksananya program CSR yang baik dan

bertujuan mengembangkan masyarakat dan memperbaiki tingkat kesejahteraan masyarakat.

1. Pengawasan dan evaluasi program CSR

Pelaksanaan program CSR perlu dipantau untuk memastikan bahwa pelaksanaan program CSR tidak menyimpang dari rencana yang telah ditetapkan. Pemantauan dan evaluasi juga diperlukan untuk mengetahui sudah sejauh mana pencapaian tujuan program serta apakah terdapat penyimpangan yang membutuhkan tindakan koreksi (Solihin, 2009: 146). Dari penjelasan tersebut dapat diketahui bahwa pengawasan dan evaluasi sangat diperlukan guna melihat apakah program yang sudah diberikan memiliki nilai guna atau kurang efektif dalam pelaksanaannya. Proses pengawasan dan evaluasi dapat dilakukan oleh pihak perusahaan yang menunjuk salah seorang pegawai yang benar – benar memiliki pengetahuan tentang CSR dan memiliki pengetahuan terhadap program yang diberikan dalam bentuk CSR.

D. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR)

1. Pengertian CSR

Corporate Sosial Responsibility (CSR) merupakan suatu komitmen berkelanjutan dari dunia usaha untuk bertindak etis dan memberikan kontribusi kepada pengembangan ekonomi dari komunitas setempat ataupun masyarakat luas (Untung, 2014:3).

Clement K. Sankat berpendapat bahwa *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* adalah komitmen usaha untuk bertindak secara etis, beroperasi secara legal dan

berkontribusi untuk meningkatkan ekonomi bersama dengan peningkatan kualitas hidup dari karyawan dan keluarganya, masyarakat lokal dan masyarakat secara lebih luas (Wibhawa, 2011: 182).

Pengertian CSR adalah sebagai komitmen perusahaan untuk melaksanakan kewajiban yang didasarkan atas keputusan untuk mengambil kebijakan dan tindakan dengan memperhatikan kepentingan para *stakeholder* dan lingkungan dimana perusahaan melakukan aktivitasnya yang berlandaskan pada ketentuan hukum yang berlaku (Azheri, 2011: 28).

Diantara konsep penting CSR ada hal yang harus diperhatikan antara lain *Corporate Social Performance* (CSP)/ kinerja sosial perusahaan dan *Corporate Governance* (GC)/ tata kelola perusahaan. Dibawah ini akan sedikit mengulas tentang pengertian dari CSP DAN GC antara lain :

- a. *Corporate Social Performance* (CSP) adalah penilaian kinerja sebuah perusahaan dilihat dari peran sosial CSR yang dimainkannya ditengah masyarakat. semakin sebuah perusahaan mengimplementasikan CSR dengan baik, maka kinerja sosial perusahaan tersebut akan semakin terangkat. Hasil yang diharapkan, tentu kembali kepada perusahaan dalam bentuk dukungan publik dan penguatan faktor sosial terhadap pengelolaan dan pembangunan yang berkelanjutan (*sustainable development*) dari masyarakat terhadap perusahaan yang bersangkutan. Di akses dari situs “*Pengertian CSP*” (Online) <http://www.google.com/search?ie=UTF-8&source=android-browser&q=konsep+social+performance> (diakses 3 maret pukul 08.00)

b. Definisi Good Governance yang dikemukakan oleh OECD (*Organization for Economic Cooperation and Development*) adalah *Corporate Governance* merupakan suatu sistem untuk mengarahkan dan mengendalikan perusahaan. Struktur *Corporate Governance* menetapkan distribusi hak dan kewajiban di antara berbagai pihak yang terlibat dalam suatu korporasi seperti dewan direksi, para manajer, para pemegang saham, dan pemangku kepentingan lainnya (Solihin, 2009: 115).

Corporate Governance adalah suatu sistem yang mengarahkan dan mengendalikan perusahaan dengan tujuan, agar mencapai keseimbangan antara kewenangan yang diperlukan oleh perusahaan untuk menjamin kelangsungan eksistensinya dan pertanggungjawaban kepada *stakeholders*. Hal ini berkaitan dengan peraturan kewenangan pemilik, direktur, manajer, pemegang saham, dan sebagainya (Azheri, 2012: 180).

Pengertian diatas jelas bahwa *corporate governance* lebih menitikberatkan hubungan antara manajemen perusahaan, pemegang saham, stakeholder. Selain itu, mensyaratkan adanya struktur untuk mencapai tujuan dan pengawasan atas kinerja perusahaan. Supaya anantara *stakeholders dan shareholders* sama – sama mendapat keuntungan. Dari pengertian CSR, CSP, dan GC dapat di ketahui bahwa CSR merupakan bagian dari CSP yang saling keterkaitan, dengan kata lain penilaian terhadap kinerja sebuah perusahaan dapat dikatakan baik jika sudah memberikan kontribusi bagi kesejahteraan masyarakat sekitar perusahaan. Kinerja yang baik akan mendukung performa perusahaan di mata masyarakat, supaya keberlangsungan dari

perusahaan bisa berjalan lama dan memberikan manfaat bagi masyarakat. Sedangkan hubungan antara GC dengan CSR sendiri memiliki keterkaitan yang erat, yang membedakannya adalah dari segi penekanannya saja, kalau CSR penekanannya pada prinsip *responsibility* (tanggung jawab) kepada kepentingan *stakeholder*. Sedangkan *Good Governance* lebih menekankan terhadap kepentingan pemegang saham (*shareholder*) yang didasarkan pada prinsip *fairness*, *transparency*, dan *accountability* (Azheri, 2012: 200).

Dari pendapat diatas dapat diketahui bahwa CSR adalah konsep maupun tindakan yang dilakukan oleh perusahaan sebagai rasa tanggung jawab terhadap sosial maupun lingkungan sekitar perusahaan itu berdiri. Perusahaan yang melakukan CSR ini harus memiliki kinerja perusahaan yang baik yang kemudian dinilai sebagai suatu kinerja yang baik dari sebuah perusahaan oleh masyarakat melalui peran sosial CSR yang dimainkannya di tengah masyarakat yang dikenal sebagai CSP (*Corporate Social Performance*). Model CSP menggambarkan adanya interaksi antara berbagai prinsip tanggung jawab sosial, proses sosial *responsiveness* dan pengembangan berbagai kebijakan untuk mengatasi berbagai masalah sosial (Solihin, 2009 :102).

Perusahaan dapat dikatakan memiliki kinerja baik jika perusahaan itu tidak hanya memikirkan *profit* (pendapatan) saja melainkan tanggung jawab sosial kepada masyarakat, supaya keberlangsungan dari adanya perusahaan dapat memiliki jangka waktu yang lama. Masyarakat disini memiliki peran sebagai *stakeholders* yang mendukung dan menilai apakah keberadaan perusahaan itu menguntungkan atau merugikan masyarakat.

2.Manfaat CSR

Dalam pelaksanaan program CSR ada beberapa pihak yang diuntungkan, antara lain

A. Perusahaan:

- a) Keberlanjutan Perusahaan: Adanya penerimaan secara sosial tempat beraktifitasnya perusahaan secara langsung dapat menjamin operasional dari perusahaan, sebab gangguan terhadap asset – asset perusahaan dari masyarakat sekitar dapat ditekan seminimalir mungkin.
- b) Reputasi / Citra baik: dalam praktiknya dengan CSR perusahaan akan memiliki predikat sebagai perusahaan yang baik dan peduli terhadap lingkungan persekitarannya. Lebih lanjut lagi perusahaan memiliki citra positif bagi para calon investor yang peduli terhadap keberlangsungan kehidupan akibat perlakuan perusahaan terhadap lingkungan hidup.

B. Masyarakat

Melalui pelaksanaan CSR masyarakat akan menerima manfaat yang paling mendasar yaitu tidak terjadi kerusakan lingkungan sekitar perusahaan, sebab aktifitas kecil seperti mengelola limbah buangan dari perusahaan akan memberikan manfaat bagi keberlanjutan ekologi serta ekosistem dimana perusahaan tersebut berada. Apa lagi jika perusahaan melakukan kemitraan dengan masyarakat sekitar. Akan memberikan dampak tingkat kesejahteraan masyarakat menjadi naik.Tentunya dengan menggunakan pendekatan pemberdayaan masyarakat yang memiliki semangat dasar untuk menjadikan masyarakat sebagai komunitas yang mandiri, tanggap terhadap perubahan serta

mampu mensikapi berdampak positif dan negative perusahaan. Metode pemberdayaan masyarakat sebagai sebuah upaya membangun keberdayaan dan kemandirian masyarakat sekitar, pastinya dalam pelaksanaannya segenap aspek pemangku kepentingan berkolaborasi dalam sebuah semangat yang sama yaitu perkhidmatan pada kesejahteraan sosial (Wibhawa, 2011: 83).

Dengan terjalannya keharmonisan antara perusahaan dengan masyarakat akan saling menguntungkan karena keduanya merupakan pilar yang saling berhubungan dan saling membutuhkan satu sama lain.

3. Kebijakan Tentang CSR di Indonesia

Perbincangan mengenai tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR bukanlah hal yang baru, karena istilah CSR telah berkembang sejak era 1970-an. Pada era tersebut, dicetuskan agar pemerintah melakukan intervensi yang bertujuan memperluas ruang lingkup CSR. Ruang lingkup CSR tidak hanya mencakup tanggung jawab korporasi kepada pemegang saham (*shareholders*), tetapi juga kepada pekerja, konsumen, masyarakat di mana perusahaan melakukan aktivitas usahanya (Azheri, 2011:121). Adapun UU yang mengatur CSR sebagai berikut :

A. Undang – Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas(“UUPT”) serta Peraturan Pemerintah No. 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas (“PP 47/2012”).

Mengenai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL), diatur dalam **Pasal 74 UUPT dan penjelasannya**. Pengaturan ini berlaku untuk perseroan. Berdasarkan **Pasal 1 angka 1 UUPT**, Perseroan (Perseroan Terbatas) adalah

badan hukum yang merupakan persekutuan modal, didirikan berdasarkan perjanjian, melakukan kegiatan usaha dengan modal dasar yang seluruhnya terbagi dalam saham dan memenuhi persyaratan yang ditetapkan dalam Undang – Undang ini serta pelaksanaannya.

Menurut **Pasal 1 angka 3 UUPT**, Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan adalah komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya. Pasal 74 UUPT pada dasarnya mengatur mengenai hal – hal berikut ini :

- a. Tanggung Jawab Sosial Lingkungan ini wajib untuk perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam.

Yang dimaksud dengan “perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang sumber daya alam” adalah perseroan yang kegiatan usahanya mengelola dan memanfaatkan sumber daya alam.

Sedangkan yang dimaksud dengan “perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya yang berkaitan dengan sumber daya alam” adalah perseroan yang tidak mengelola dan tidak memanfaatkan sumber daya alam, tetapi kegiatan usahanya berdampak pada fungsi kemampuan sumber daya alam.

- b. Tanggung Jawab Sosial Lingkungan ini merupakan kewajiban perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran.
- c. Mengenai sanksi, dikatakan bahwa perseroan yang tidak melaksanakan Tanggung Jawab Sosial Lingkungan akan dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang – undangan yang terkait

Dalam **Pasal 4 PP 47/2012**, dikatakan bahwa Tanggung Jawab Sosial Lingkungan dilaksanakan oleh direksi berdasarkan rencana kerja tahunan perseroan setelah mendapat persetujuan Dewan Komisaris atau Rapat Umum Pemegang Saham (“RUPS”) sesuai dengan anggaran dasar perseroan. Rencana Kerja tahunan perseroan tersebut memuat rencana kegiatan dan anggaran yang dibutuhkan untuk pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial Lingkungan.

Pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial Lingkungan tersebut dimuat dalam laporan tahunan perseroan dan dipertanggungjawabkan kepada RUPS (**Pasal 6 PP 47/2012**).

B. Peraturan Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara No. PER-05/MBU/2013 Tahun 2007 Tentang program kemitraan Badan Usaha Milik Negara dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan sebagaimana terakhir diubah dengan Peraturan Menteri Badan Usaha Milik Negara No. PER-08/MBU/2013 Tahun 2013 Tentang perubahan keempat atas peraturan

Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara No. PER-05/MBU/2007 Tentang Program Kemitraan Badan Usaha Milik Negara dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan (“Permen BUMN 5/2007”).

Dalam peraturan ini diatur mengenai kewajiban Perusahaan Perseroan (“Persero”), Perusahaan Umum (“Perum”), dan Perusahaan Perseroan Terbuka (“Perseroan Terbuka”). Berdasarkan **Pasal 2 Permen BUMN 5/2007**, Persero dan Perum wajib melaksanakan Program Kemitraan BUMN dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan. Sedangkan Persero Terbuka dapat melaksanakan Program Kemitraan BUMN dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan dengan berpedoman pada Permen BUMN 5/2007 yang menetapkan berdasarkan keputusan RUPS.

Program Kemitraan BUMN dengan Usaha Kecil adalah program untuk meningkatkan kemampuan usaha kecil agar menjadi tangguh dan mandiri melalui pemanfaatan dana BUMN (**Pasal 1 angka 6 Permen BUMN 5/2007**). Sedangkan Program Bina Lingkungan adalah program pemberdayaan kondisi sosial masyarakat oleh BUMN melalui pemanfaatan dana BUMN (**Pasal 1 angka 7 Permen BUMN 5/2007**).

Melihat pada ketentuan – ketentuan di atas, dapat dilihat bahwa memang ada peraturan – peraturan yang mewajibkan perusahaan untuk membangun masyarakat di sekitar. CSR dalam undang – undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Tanggung jawab sosial dan lingkungan merupakan materi yang baru diatur dalam ketentuan Undang – Undang Perseroan Terbatas ini. Latar

belakang dari ketentuan ini adalah sebagai bentuk pertanggungjawaban sosial perseroan terhadap lingkungan dan keadaan masyarakat disekitar tempat usaha Perseroan. Kewajiban harus melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan adalah Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan / atau berkaitan dengan sumber daya alam. Tanggung jawab sosial dan lingkungan merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran. Jika Perseroan tidak melaksanakan kewajiban untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan ini, maka akan dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang – undangan. Sanksi sesuai dengan ketentuan perundang – undangan adalah dikenai segala bentuk sanksi yang diatur dalam peraturan perundangan – undangan yang terkait yaitu pasal 74 (Untung, 2014: 12).

Undang – Undang tentang Perseroan Terbatas ini dikeluarkan pemerintah supaya perusahaan ikut aktif dan andil terhadap isu – isu sosial. Karena tidak menutup kemungkinan disekitar perusahaan masih ada masyarakat yang membutuhkan perubahan dan pemberdayaan, maka dari itu dengan *stakeholder* pendukung seperti perusahaan dan pemerintah diharapkan dapat mempermudah untuk memberdayakan masyarakat yang mengalami masalah sosial.

4.Prinsip Dasar CSR

CSR awalnya muncul sebagai sebuah pendekatan dalam mengatasi dampak sosial lingkungan dari aktivitas perusahaan. Terdapat tiga tantangan dalam hubungan bisnis

– masyarakat: lingkungan, pemerintah dan pembangunan. Selanjutnya berkembang konsep *triple bottom line* yang terdiri dari komponen *economic*, *environmental*, dan *social*. Gagasan *triple bottom line* pertama kali dikemukakan oleh John Elkington (1998) berkaitan dengan *sustainable development*. 3 (tiga) prinsip dasar yang dikenal dengan istilah *triple bottom line* 3 P (People, Profit, Planet) tersebut yaitu kepedulian perusahaan yang menyisihkan sebagian keuntungannya (profit) bagi kepentingan pembangunan manusia (people) dan lingkungan (planet) agar keberadaan perusahaan dapat tumbuh berkelanjutan (Wibhawa, 2011; 92).

Profit merupakan unsur terpenting dan menjadi tujuan utama setiap kegiatan usaha. Fokus dari profit ini adalah mengejar keuntungan yang sebesar – besarnya guna untuk menjamin keberlangsungan hidup perusahaan, sedangkan kegiatan untuk mendongkrak *profit* antara lain bisa dengan cara meningkatkan produktifitas.

Planet adalah unsur yang penting, karena jika perusahaan ini tetap mempertahankan keberadaannya maka harus disertakan tanggung jawab lingkungan, karena lingkungan memiliki hubungan yang erat dengan manusia seperti hubungan sebab – akibat, jika manusia mengahrgai lingkungan maka lingkungan akan memberikan keuntungan dengan sumber daya alam yang bisa dijadikan pendapatan bagi perusahaan.

People dalam hal ini masyarakat adalah pemangku kepentingan bagi keberlangsungan perusahaan. Karena tanpa adanya dukungan dari masyarakat terhadap adanya perusahaan maka perusahaan itu tidak akan berlangsung lama karena dipastikan adanya konflik dengan masyarakat, tetapi beda halnya jika perusahaan

memberikan perhatian terhadap masyarakat dengan cara memberikan berbagai kegiatan yang bertujuan membantu masyarakat untuk mencapai tingkat kesejahteraan maka masyarakat itu akan menjaga dan mendukung adanya perusahaan itu dengan kemauan sendiri.

E. Konsep Pengembangan Masyarakat (*Community Development*)

1. Pengembangan Masyarakat (*Community Development*)

Sebagaimana asal katanya, yakni pengembangan masyarakat, Pengembangan Masyarakat terdiri dari dua konsep, yaitu “pengembangan” dan “masyarakat”. Secara singkat, pengembangan atau pembangunan merupakan usaha bersama dan terencana untuk meningkatkan kualitas kehidupan manusia. Sedangkan masyarakat dapat diartikan dalam dua konsep yakni, masyarakat sebagai sebuah “tempat bersama” yakni sebuah wilayah geografi yang sama, kemudian yang kedua masyarakat sebagai “kepentingan bersama” yakni kesamaan kepentingan berdasarkan kebudayaan dan identitas (Suharto, 2010: 39).

Pengembangan masyarakat adalah suatu gerakan yang dirancang guna meningkatkan taraf hidup keseluruhan masyarakat melalui partisipasi aktif dan inisiatif dari masyarakat (Rukminto, 2001: 137).

Pengembangan masyarakat juga merupakan satu metode pekerjaan sosial yang tujuan utamanya untuk memperbaiki kualitas hidup masyarakat melalui pendayagunaan sumber – sumber yang ada pada mereka serta menekankan pada

prinsip partisipasi sosial. Pengembangan masyarakat juga umumnya diartikan sebagai pelayanan yang menggunakan pendekatan – pendekatan yang lebih bernuansa pemberdayaan yang memperhatikan keragaman pengguna dan pemberi pelayanan pengembangan atau pembangunan merupakan usaha bersama dan terencana untuk meningkatkan kualitas hidup manusia. Bidang – bidang pengembangan atau pembangunan biasanya meliputi beberapa sektor seperti ekonomi, pendidikan, kesehatan, dan sosial budaya (Suharto, 2010: 37-40).

Pengembangan masyarakat sejatinya merupakan proses. Dalam mengevaluasi proyek pengembangan masyarakat, siapa pun harus melihat proses, dan dalam merencanakan dan menerapkan program pengembangan masyarakat apa pun senantiasa merupakan proses, bukan hasil, yang harus diberikan pertimbangan mendalam. Orang – orang yang menekankan pada pernyataan hasil perlu menyadari bahwa untuk pengembangan masyarakat, proses yang baik merupakan hasil terpenting yang dapat dicapai. Proses yang baik akan mendorong masyarakat untuk menentukan tujuan mereka sendiri, dan tetap menguasai perjalanan selain tujuan akhir. Selain itu pengembangan masyarakat perlu mengupayakan pembentukan caraberpikir yang menghargai saling interaksi di antara masyarakat, menghargai kualitas pengalaman kolektif, dan memaksimalkan potensi mereka dan mencapai perikemanusiaan mereka secara utuh melalui pengalaman proses masyarakat.

Sebagaimana pengertian pengembangan masyarakat yang sudah dibahas di atas, maka dapat diketahui bahwa pengembangan masyarakat yaitu sebuah cara yang

digunakan baik oleh masyarakat maupun *stakeholder* untuk mencapai sebuah perubahan. Perubahan disini dapat diartikan sebagai perubahan yang bisa dilihat dari segi ekonomi maupun sosial budaya masyarakat. Masyarakat diajak untuk ikut dalam perubahan yang dilakukan karena masyarakat merupakan aktor dibalik perubahan yang akan dilakukan. Pengembangan masyarakat umumnya menggunakan pendekatan – pendekatan yang lebih bernuansa pemberdayaan (*empowerment*) yang memperhatikan keragaman pengguna dan pemberi pelayanan (Suharto, 2010: 40). Konsep pemberdayaan yang ada di dalam proses pengembangan masyarakat bertujuan membuat supaya masyarakat dapat mengembangkan dirinya semaksimal mungkin untuk mencapai tingkat kesejahteraan hidupnya.

2. Proses Pengembangan Masyarakat

Menurut Ife (2008: 336-364) proses pengembangan masyarakat memiliki beberapa indikator antara lain :

a. Proses dan hasil

Proses pengembangan masyarakat (dan pengembangan masyarakat pada dasarnya merupakan sebuah proses) tidak dapat dilihat hanya sebagai sarana untuk sebuah tujuan, tetapi sebagai tujuan yang penting, sehingga proses dan hasil, atau sarana dan tujuan digabungkan. Pengembangan masyarakat merupakan langkah memulai perjalanan untuk *discovery*, dan menghargai serta mempercayai proses.

Proses dan hasil memang suatu hal yang tidak dapat dipisahkan dalam proses pengembangan masyarakat, karena jika dalam sebuah pengembangan masyarakat hanya menginginkan hasil yang instan maka dampak dari hasil yang cepat tanpa di imbangi oleh proses masyarakat dalam melakukan perubahan akan menjadi sia – sia, karena pengembangan masyarakat yang baik adalah proses dimana masyarakat itu ikut andil dalam proses pengembangan masyarakat sebagai aktor bukan sebagai orang yang hanya menerima bantuan tanpa ada usaha untuk membuat dirinya berkembang.

b. Integritas Proses

Aspek terpenting dari integritas proses yaitu bahwa proses harus melibatkan masyarakat itu sendiri. Keterlibatan ini tak akan tercapai tanpa partisipasi penuh. Proses Pengembangan Masyarakat tidak dapat dipaksakan dari luar, dan tidak dapat ditentukan oleh pekerja masyarakat, dewan lokal, atau departemen pemerintahan. Proses pengembangan masyarakat harus menjadi proses masyarakat yang dimiliki, dikuasai dan dilangsungkan oleh mereka sendiri.

Integritas sendiri merupakan suatu proses perubahan sosial masyarakat yang dilakukan dan diperuntukkan untuk masyarakat itu sendiri supaya keberdayaan masyarakat akan dirasakan dengan kemandirian masyarakat itu sendiri.

c. Peningkatan Kesadaran

Gagasan tentang peningkatan kesadaran merupakan bagian inti dalam pengembangan masyarakat, dan merupakan bagian proses yang terpenting. Gagasan yang sederhana mengenai peningkatan kesadaran yaitu bahwa orang –

orang menerima penindasan sebagai hal yang sedikit normal atau tak bisa dihindarkan, disebabkan oleh legitimasi dari struktur dan wacana yang menindas, dan seringkali tidak akan mengakui atau menamai penindasan mereka sendiri, sehingga pengalaman penindasan mereka berada di bawah sadar. Dengan demikian, terdapat kebutuhan untuk meningkatkan tingkat kesadaran, untuk memberikan peluang bagi orang – orang untuk menjelajahi situasi mereka dan struktur serta wacana yang menindas yang membingkai kehidupan mereka sedemikian rupa sehingga mereka dapat berbuat untuk menghasilkan perubahan.

Proses peningkatan kesadaran sangat diperlukan untuk menciptakan perubahan di dalam masyarakat. cara berpikir masyarakat yang masih tradisional harus dapat berubah sesuai dengan perkembangan zaman, jika masyarakat menganggap perubahan itu sebagai hal yang tidak mungkin maka merubah cara berpikir masyarakat itu sendiri menjadi langkah awal supaya masyarakat dapat melakukan perubahan sesuai dengan apa yang diinginkan. Tidak jarang sumber daya sekitar masyarakat tidak terlihat meskipun dalam jumlah yang banyak, hal tersebut dikarenakan masyarakat yang kurang paham dengan cara mengolahnya.

Melalui program CSR ini pihak Astra ingin memberikan sebuah wadah dan fasilitas kepada masyarakat untuk dapat menciptakan perubahan itu sendiri dengan ilmu yang sudah diberikan.

d. Kerja Sama

Kerja sama dibutuhkan untuk mencapai suatu tujuan bersama, dalam hal ini antara masyarakat dengan *stakeholders* yang tidak dapat dipisahkan. Guna mencapai pengembangan masyarakat yang baik maka masyarakat harus bisa menjalin komunikasi dengan *stakeholders* untuk dapat mendukung kegiatan dalam pengembangan masyarakat.

Kerja sama antara masyarakat dengan *stakeholders* akan membuat proses perubahan itu akan semakin mudah, dikarenakan dukungan dari masyarakat terhadap program yang diberikan dengan cara menjaga dan memaksimalkan fasilitas yang ada akan membuat tujuan yang sudah direncanakan akan mudah tercapai.

e. Langkah Pengembangan

Salah satu aspek penting dari proses pengembangan masyarakat adalah proses tersebut tidak dapat dipisahkan. Agar proses berjalan dengan baik, diperlukan langkah yang ‘natural’ untuk memulainya, dan untuk mendorong proses tersebut menyelaraskan dengan langkah tersebut. Dengan demikian, proses harus berjalan sesuai dengan langkah masyarakat yang tidak mungkin menjadi langkah yang diinginkan oleh pekerja masyarakat.

Dari penjelasan diatas dapat diketahui bahwa langkah pengembangan yang baik adalah dengan mengajak masyarakat terlibat didalam proses pengembangan itu, karena keikutsertaan masyarakat inilah yang akan melatih mereka dalam memaksimalkan potensi yang dimiliki dan juga memberikan suatu kepercayaan kepada masyarakat bahwa mereka mampu untuk berubah lebih baik.

f. Konsensus

Pendekatan konsensus mencari kesepakatan, dan bertujuan mencapai solusi dari seluruh kelompok atau masyarakat. Pendekatan ini bertujuan supaya antara masyarakat dan *stakeholders* mencapai sebuah kesepakatan dengan tujuan yang sudah direncanakan.

Konsensus merupakan suatu pendekatan yang dilakukan antara *stakeholders* dengan masyarakat untuk mencari sebuah solusi permasalahan yang sedang dialami. Program yang di peruntukkan untuk mengembangkan masyarakat harus cocok dengan permasalahan yang dihadapi.

g. Membangun Masyarakat

Semua pengembangan masyarakat seharusnya bertujuan membangun masyarakat. Oleh karena itu, pengembangan masyarakat yang baik akan menjamin masyarakat bahwa semua aktivitas masyarakat dapat meningkatkan pengembangan masyarakat, dengan mencoba melibatkan sebanyak mungkin orang – orang, untuk meningkatkan saling ketergantungan mereka untuk menyelesaikan tugas dan memberikan peluang untuk berinteraksi. Dari penjelasan diatas dapat diketahui bahwa membangun masyarakat yang baik adalah dengan cara mengikutsertakan masyarakat dalam segala aspek yang akan dilakukan seperti perencanaan, pelaksanaan, dan monitoring. Supaya masyarakat dapat merasa keberadaannya diakui dan hal tersebut dapat menumbuhkan kemandirian masyarakat itu sendiri.

Setelah dijelaskan tentang proses pengembangan masyarakat di atas diharapkan peneliti mampu memahami isi dan proses pengembangan masyarakat, indikator proses yang sudah dijelaskan sangat membantu peneliti dalam mencari informasi terhadap masyarakat Kampung Keputih yang sudah mengalami proses pengembangan masyarakat dari masyarakat yang tidak berdaya menjadi masyarakat yang memiliki daya saing yang cukup tinggi. Perkembangan inilah yang akan peneliti gali baik mencari faktor yang mempengaruhi maupun faktor penghambat dari proses pengembangan masyarakat itu sendiri.

3. Model Pengembangan masyarakat

Dalam penelitian ini peneliti ingin membahas mengenai model pengembangan masyarakat, sehingga dapat menjadi kajian peneliti ketika dilapangan. Dalam membahas model pengembangan masyarakat peneliti menggunakan pendapat dari Rothman dan Tropman.

Rothman, Tropman dan Erlich (dalam Rukminto, 2001 : 35) mengemukakan 3 model pengembangan masyarakat yaitu *Locality Development*, *Social Planning*, dan Aksi Sosial. Adapun 3 model pengembangan tersebut seperti tabel di bawah ini :

Tabel 2.1

Tiga model (pendekatan) Intervensi Komunitas
menurut Rothman dan Tropman

	Pengembangan Masyarakat Lokal (<i>Locality Development</i>)	Perencanaan Sosial (<i>Social Planning</i>)	Aksi Sosial
1. Kategori tujuan tindakan terhadap masyarakat	Masyarakat di kembangkan kapasitasnya dalam upaya memecahkan masalah. Proses menjadi langkah penting dalam model ini.	Pemecahan masalah dengan memperhatikan masalah yang penting yang ada pada masyarakat (tujuan dititikberatkan pada tugas = <i>task goals</i>).	Pergeseran sumber daya dan relasi kekuasaan; perubahan institusi dasar (<i>task</i> ataupun <i>process goals</i>).
2. Asumsi mengenai struktur komunitas dan kondisi permasalahannya	Adanya anomie dan kemurungan dalam masyarakat; kesenjangan relasi dan kapasitas dalam memecahkan masalah secara demokratis.	Masalah sosial yang sesungguhnya; kesehatan fisik dan mental, perumahan dan rekreasional.	Populasi yang dirugikan; kesenjangan sosial, perampasan hak, dan ketidakadilan.
3. Strategi perubahan dasar	Pelibatan berbagai kelompok warga dalam menentukan dan memecahkan masalah mereka sendiri.	Pengumpulan data yang terkait dengan masalah, dan memilih serta menentukan bentuk tindakan yang paling rasional.	Kristalisasi dari isu dan pengorganisasian massa untuk menghadapi sasaran yang menjadi 'musuh' mereka.
4. Karakteristik taktik dan teknik perubahan	Konsensus; komunikasi antar kelompok dan kelompok	konsensus atau konflik.	Konflik atau konteks; konfrontasi; aksi yang bersifat

	kepentingan dalam masyarakat.		langsung, negosiasi.
5. Peran praktisi yang menonjol	Sebagai enabler katalis, koordinator, orang yang mengajarkan keterampilan memecahkan masalah dengan nilai – nilai etis.	Pengumpulan dan penganalisis data, pengimplementasi program, dan fasilitator.	Aktivis, advokat; agilator, pialang, negosiator, partisan.
6. Media perubahan	Manipulasi kelompok kecil yang berorientasi pada terselesaikannya suatu tugas.	Manipulasi organisasi formal dan data yang tersedia.	Manipulasi organisasi massa dan proses-proses politik.
7. Orientasi terhadap struktur kekuasaan	Anggota dari struktur kekuasaan bertindak sebagai kolaborator dalam suatu ‘ventura’ yang bersifat umum.	Struktur kekuasaan sebagai ‘pemilik’ dan ‘sponsor’.	Struktur kekuasaan sebagai sasaran eksternal dari tindakan yang dilakukan.
8. Batasan definisi system klien komunitas	Keseluruhan komunitas geografis.	Keseluruhan komunitas atau dapat pula suatu segmen dalam komunitas (termasuk komunitas fungsional).	Segmen dalam komunitas.
9. Asumsi mengenai kepentingan dari kelompok – kelompok di dalam suatu komunitas	Kepentingan umum atau permufakatan dari berbagai perbedaan.	Permufakatan kepentingan atau konflik.	Konflik kepentingan yang sulit dicapai kata mufakat; kelangkaan sumber daya.

10. Konsepsi mengenai populasi klien (konstituensi)	Warga masyarakat.	Konsumen (pengguna).	'korban'.
11. Konsepsi mengenai peran klien	Partisipasi pada proses interaksional pemecahan masalah.	Konsumen atau resipien (penerima layanan).	Employer, konstituen, anggota.
12. Pemanfaatan pemberdayaan (pemberdayaan digunakan untuk)	Mengembangkan kapasitas komunitas untuk mengambil keputusan bersama; serta membangkitkan rasa percaya diri akan kemampuan masing – masing anggota masyarakat.	Mencari tahu dari para pengguna jasa tentang layanan apa yang mereka butuhkan; serta memberi tahu para pengguna jasa tentang pilihan jasa yang ada.	Meraih kekuasaan objektif bagi mereka yang 'tertindas' agar dapat memilih dan memutuskan cara yang tepat guna melakukan aksi; serta membangkitkan rasa percaya diri partisipan akan kemampuan mereka.

Sumber : Rukminto, 2001 : 57 – 59

Dari tabel di atas terlihat bahwa Rothman dan Tropman membedakan ketiga model tersebut menggunakan 12 variabel, berikut penjelasannya :

1. Kategori tujuan tindakan terhadap masyarakat

Model A, kategori tujuannya lebih memberikan penekanan pada *process goal* (tujuan yang berorientasi pada proses).

Model B, dalam perencanaan sosial, kategori tujuan lebih ditekankan pada *task goal* (tujuan yang berorientasi pada penyelesaian tugas).

Model C, pendekatan aksi sosial mengarah pada kedua tujuan tersebut (baik *task goal* maupun *process goal*).

2. Asumsi yang terkait dengan struktur komunitas dan kondisi permasalahannya

Model A, komunitas sering dipandang sebagai ikatan tradisional yang dipimpin oleh kelompok kecil pemimpin konvensional dan terdiri dari populasi yang buta huruf dan memiliki kesenjangan dalam ketrampilan memecahkan masalah serta pemahaman mengenai proses demokrasi.

Model B, seorang perencana sosial melihat komunitas sebagai sejumlah kondisi masalah sosial yang inti, atau masalah inti yang bersifat khusus dengan minat dan kepentingan tertentu (seperti masalah perumahan, pengangguran, kesehatan).

Model C, seorang praktisi melihat komunitas sebagai hirarki dari *privilege* dan kekuasaan. Target mereka adalah masyarakat yang mendapat penekanan oleh pihak tertentu.

3. Strategi perubahan dasar

Model A, dicirikan dengan ungkapan “marilah kita bersama – sama membahas masalah ini”. Dimaksudkan supaya masyarakat terlibat langsung dalam upaya memecahkan masalah mereka.

Model B, dicirikan dengan ungkapan “ marilah kita kumpulkan fakta dan lakukan langkah – langkah logis berikutnya”.

Model C, dicirikan dengan ungkapan “ mari kita mengorganisir diri agar dapat melawan para penekan kita”.

4. Karakteristik taktik dan tehnik perubahan

Model A, taktik dalam pengembangan masyarakat lebih ditekankan pada pencapaian konsensus.

Model B, taktik dan tehnik sangat berperan dalam perencanaan sosial, teknik pengumpulan data, taktik konsensus maupun konflik mungkin saja diterapkan.

Model C, para praktisi sosial lebih menekankan pada taktik konflik dengan cara melakukan konfrontasi dan aksi langsung.

5. Dan 6 peran praktisi dan media perubahan

Model A, peran yang dilakukan lebih banyak mengacu pada peran sebagai *enabler* yaitu membantu masyarakat agar dapat mengartikulasikan kebutuhan mereka, mengidentifikasi masalah mereka, dan mengembangkan kapasitas agar dapat menangani masalah yang mereka hadapi secara lebih efektif.

Model B, peran yang digunakan adalah sebagai *expert* (pakar). Peran ini lebih menekankan pada penemuan fakta, implementasi program, dan relasi dengan berbagai birokrasi. Media perubahannya adalah manipulasi organisasi seperti pengumpulan dan analisis data.

Model C, peran yang sering dilakukan sebagai advokat dan aktivis. Media perubahannya adalah dengan menciptakan dan memanipulasi pengorganisasian dan pergerakan massa untuk mempengaruhi politis.

7 Orientasi terhadap struktur kekuasaan

Model A, struktur kekuasaan sudah tercakup dalam konsepsi mengenai komunitas itu sendiri.

Model B, struktur kekuasaan biasanya muncul sebagai sponsor atau ‘boss’ dari praktisi (perencana).

Model C, struktur kekuasaan dianggap sebagai target eksternal dari suatu tindakan. Struktur kekuasaan dianggap sebagai kekuatan antithesis uang akan menekan klien.

8. Batasan definisi system klien dalam komunitas (konstituensi)

Model A, total komunitas biasanya didasarkan pada kesatuan geografis.

Model B, klien bisa merupakan kesatuan geografis tetapi juga bisa menjadi kesatuan fungsional.

Model C, klien biasanya merupakan segmen masyarakat yang membutuhkan bantuan. Mereka dapat dikatakan sebagai kelompok yang butuh bantuan tetapi tidak terjangkau oleh layanan tersebut.

9. Asumsi mengenai kepentingan kelompok – kelompok dalam suatu komunitas

Model A, segala kepentingan dilihat secara mendasar merupakan pemufakatan yang responsive terhadap pengaruh dari persuasi yang rasional.

Model B, tidak ada asumsi yang pervasive mengenai tingkat intrakabilitas ataupun konflik kepentingan. Pengembangan ini bersifat humanistic.

Model C, kepentingan dari masing-masing bagian dalam masyarakat sangat bervariasi dan sulit diambil kata mufakat. Sehingga cara koersif harus dilaksanakan sebelum penyesuaian dapat terjadi.

10. Konsepsi mengenai populasi klien

Model A, klien dipandang sebagai warga yang sederajat, tetapi belum semuanya dapat dikembangkan secara optimal dengan memfokuskan pada kemampuan klien.

Model B, klien dilihat sebagai komunitas dari suatu layanan dan mereka akan menerima serta memanfaatkan program dan layanan sebagai hasil dari perencanaan.

Model C, klien dilihat sebagai korban.

11. Konsepsi mengenai peran klien

Model A, peran klien sebagai partisipasi aktif dalam proses interaksional.

Model B, klien memainkan peranan sebagai penerima pelayanan.

Model C, klien biasanya merupakan 'bawahan' bersama dengan praktisi aksi sosial dan mereka berusaha 'mendobrak' sistem yang ada.

12. Pemanfaatan pemberdayaan (pemberdayaan digunakan untuk)

Model A, pemberdayaan digunakan untuk meningkatkan rasa percaya diri dan mendorong masyarakat untuk mengoptimalkan potensi yang ada dalam proses pengembangan masyarakat.

Model B, pemberdayaan digunakan untuk mencari tahu dari pengguna jasa tentang layanan apa yang dibutuhkan.

Model C, pemberdayaan digunakan untuk meraih kekuasaan objektif bagi mereka yang 'tertindas' agar dapat memilih dan memutuskan cara yang tepat guna melakukan aksi, serta membangkitkan rasa percaya diri partisipan akan kemampuan mereka.

Dengan mengacu pada model (pendekatan) intervensi komunitas yang dijelaskan diatas oleh Rothman dan Tropman, maka peneliti ingin mengetahui model pengembangan masyarakat apa yang ada di lapangan dengan melihat variabel yang sudah dijelaskan di atas.

4. Tujuan pengembangan masyarakat

Semua pengembangan masyarakat seharusnya bertujuan membangun masyarakat. Pengembangan masyarakat melibatkan pengembangan modal sosial, memperkuat interaksi sosial dalam masyarakat, menyatukan mereka, dan membantu mereka untuk saling berkomunikasi dengan cara yang dapat mengarah pada dialog yang sejati, pemahaman dan aksi sosial. Pengembangan masyarakat sangat diperlukan jika pembentukan struktur dan proses level masyarakat yang baik dan langgeng ingin dicapai. Oleh karena itu, pengembangan masyarakat yang baik akan menjamin masyarakat bahwa semua aktivitas masyarakat dapat meningkatkan pengembangan masyarakat, dengan mencoba melibatkan sebanyak mungkin orang – orang, untuk meningkatkan saling ketergantungan mereka untuk menyelesaikan tugas dan memberikan peluang untuk saling interaksi. Tetapi pengembangan masyarakat lebih dari sekedar mengumpulkan orang – orang, pengembangan masyarakat melibatkan pemberdayaan masyarakat untuk saling bekerja, mengembangkan struktur yang berarti orang – orang menjadi lebih tergantung satu sama lain untuk mencapai segala sesuatu, dan mencari cara – cara yang memberi pengaruh kepada setiap orang dan dihargai oleh orang lain (Ife, 2008: 363).

Dari penjelasan di atas dapat diketahui bahwa membangun masyarakat itu di dapatkan atas kerja keras masyarakat itu sendiri sebagai agen perubahan sosial. Dan tujuan yang akan diraih dalam pengembangan masyarakat ini adalah membangun kembali masyarakat sebagai tempat pengalaman penting manusia, memenuhi kebutuhan manusia, dan membangun kembali struktur – struktur Negara kesejahteraan, ekonomi global, borokrasi, elit professional dan sebagainya yang kurang berperikemanusiaan dan sulit diakses. Masyarakat yang berada di Kampung Keputih merupakan masyarakat mampu menerima perubahan yang diberikan berupa program CSR. Konsep CSR yang diterapkan adalah membuat masyarakat menjadi mandiri dan memiliki kemampuan sendiri untuk perubahan taraf hidupnya, program yang baik adalah program yang melibatkan masyarakat itu sendiri sebagai aktor utama guna untuk menciptakan rasa percaya diri dan kemandirian masyarakat.